

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini memberikan simpulan hasil sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
2. Ketepatan waktu informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
3. Pemahaman informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
4. Relevansi informasi berpengaruh terhadap adopsi informasi.
5. Keakuratan informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
6. Nilai tambah informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
7. Kelengkapan informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
8. Kuantitas informasi berpengaruh pada adopsi informasi.
9. Peringkat produk berpengaruh pada adopsi informasi.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu :

1. Kesulitan dalam mencari responden yang memenuhi kriteria penelitian ini yaitu travelers aktif. Penelitian ini dilakukan hanya kepada konsumen yang pernah membaca atau meninggalkan komentar pada ulasan *online* saja, sehingga konsumen yang tidak pernah membaca atau meninggalkan komentar tidak dapat menjadi responden.

2. Data yang diperoleh untuk materi penelitian ini sulit di dapatkan karena belum banyak peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai *Central Route* dan *Peripheral Route*.

### 5.3 Implikasi Manajerial

Diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat yang positif seperti dapat mengurangi resiko yang dapat dialami oleh konsumen. Maka dari itu setiap perusahaan *travel online* harus mampu untuk meningkatkan pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen terhadap informasi sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen. Selain itu, ketika konsumen merasa puas tentunya akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada akomodasi yang erada di perusahaan *travel online* tersebut.

Dalam penelitian ini variabel yang paling unggul untuk mempengaruhi konsumen mengadopsi informasi adalah kelengkapan informasi. Untuk mewujudkan variabel kelengkapan informasi maka perusahaan harus meningkatkan teknologi pada *travel online* yang dimilikinya agar informasi dapat terus bertambah dan *update*. Selain itu, juga perusahaan *travel online* harus memberikan instruksi semudah mungkin agar konsumen tidak kesulitan untuk meninggalkan komentar dikolom ulasan pada *travel online* nya karena informasi yang lengkap pada *online travel* berasal dari komentar yang ditinggalkan oleh konsumen atau wisatawan.

#### 5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang ada pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil dari penelitian ini yaitu :

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti lain dimasa yang akan datang dapat memperoleh materi penelitian yang lebih banyak.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti akan lebih mampu untuk memastikan bahwa responden yang digunakan menjawab setiap pernyataan pada kuesioner sesuai dengan kenyataan dan konsisten.
3. Dalam penelitian dimasa yang akan datang diharapkan untuk menggunakan penelitian dengan model penelitian yang berbeda atau dengan menambahkan beberapa variabel baru agar hasil dari penelitian tersebut dapat memberikan wawasan yang baru.

